

JOAQUÍN AGUILERA R.

El Sudeste Asiático es una de las regiones más pobladas del mundo, con cerca de 700 millones de habitantes, y lleva varios años creciendo por encima del promedio global. Entre 2019 y 2023, la expansión fue de 4,7% anual versus un 2,6% en el mundo. Con una creciente clase media, que ha avanzado desde el 20% al 34% de la población en diez años, esta zona —que agrupa a sus países en el bloque Asean— se ha vuelto estratégica con una participación cercana al 11% del comercio mundial.

En Asean, el país más poblado es Indonesia, con unos 280 millones de habitantes —el cuarto más populoso del mundo—. Ahí también están los cuarteles generales de la agrupación, donde a partir de 2018 países como Canadá, Colombia, Perú, Sudáfrica y el Consejo de Cooperación del Golfo están buscando la firma de un acuerdo comercial. Chile —que cumple 60 años de relaciones diplomáticas con Indonesia— cuenta con una ventaja, pues fue la primera nación latinoamericana, en 2017, con la cual el país asiático firmó un tratado de este tipo: el Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA, por sus siglas en inglés), que está vigente desde 2019.

Pese a todo, los datos del Servicio Nacional de Aduanas muestran que, en 2024, Indonesia fue el décimo tercer destino de las exportaciones nacionales en Asia, con envíos por cerca de US\$ 114 millones que estuvieron lejos de los casi US\$ 38 mil millones de China.

Crecimiento dispar

Respecto de la maduración de la relación entre Chile e Indonesia, el director general de asuntos para América y Europa del Ministerio de Relaciones Exteriores de Indonesia, Umar Hadi, expresó a “El Mercurio” que, en su opinión, “ahora el desafío para ambos lados es la utilización de ese acuerdo, para que genere más intercambios en términos de comercio, inversiones y coo-

El país más poblado del Sudeste Asiático es un destino prioritario para las exportaciones:

Indonesia espera que Chile saque mayor provecho del acuerdo comercial entre ambas naciones

Desde el gobierno del país, que actualmente negocia un acuerdo similar con Perú, remarcan que “el desafío para ambos lados es la utilización” de sus oportunidades.



El embajador Mario Artaza le entregó al Presidente de Indonesia, Prabowo Subianto, una réplica de la “Esmeralda”. El buque escuela —que también pasó por la Expo Osaka, en Japón— visitará el país en julio.

cuanto a alimentos, vemos oportunidades concretas en frutas frescas y productos del mar como salmón y mejillones”, plantea.

El sector de la carne también ha puesto la mirada en este país, donde si bien el 87% de la población es musulmana —no comen carne de cerdo—, la población cristiana representa un mercado de 28 millones de personas que se suma a un gran flujo turístico.

Avances pendientes

El embajador chileno en Indonesia, Mario Artaza, cree que Chile podría sacarle mayor provecho a esta relación comercial, pero que es un trabajo en proceso. “Hay que tener cierta claridad porque a veces nosotros pensamos ‘oye, no estamos haciendo lo suficiente’, pero no somos un país grande en cuanto a oferta”, dice.

Hoy por hoy, muchos productos están esperando por certificaciones de la autoridad sanitaria para ingresar al mercado indonesio.

De hecho, el ministro de Agricultura, Esteban Valenzuela, estuvo en el país durante mayo, donde firmó un protocolo de Memorandum de Entendimiento con la Agencia de Cuarentena, tras lo cual se proyecta facilitar el acceso fitosanitario de 11 productos nue-

vos, incluyendo limones frescos, congelados de espárragos, frutillas, frambuesas y moras.

En este sentido, el embajador Artaza, que coordinó el proceso de negociación del Tratado de Libre Comercio con China, ve el momento actual de esta manera: “Cuando nosotros suscribimos el TLC en 2005, tuvimos que hacer un trabajo, un esfuerzo presencial muy fuerte en orden a poder llevar a cabo las negociaciones para los acuerdos fito y zoonosanitarios (...). Estamos trabajando en generar eso. Le estamos dando dientes al acuerdo”.

Mercado prioritario

Desde ProChile aseguran que tanto Indonesia como el Sudeste Asiático en general son un destino prioritario. Por eso organizan un Encuentro de Negocios Chile-Asean que tendrá lugar en septiembre; el primero de estas características en la región. La sede será Tailandia, pero pasará por Indonesia.

La agenda, centrada en la promoción comercial, contempla ruedas de negocios y reuniones con autoridades. Fernández des-

taca que busca profundizar la presencia chilena en Asia, y “avanzar en la estrategia de Chile por consolidarse como un puente entre América Latina y Asia-Pacífico”. Los agroalimentarios tendrán un foco prioritario en el encuentro.

peraciones técnicas. Mirando algunos de los *commodities*, productos y servicios, creo que hay complementariedades entre nuestros dos países”. También cree que es relevante “introducir a más y más empresarios de ambos lados para que puedan generar nuevas ideas, porque al final del día no es el Gobierno quien hará el comercio”.

Actualmente, 1.230 empresas exportan a Indonesia, según Pro-

Chile, mientras los balances anuales de Aduanas muestran que los envíos chilenos al país asiático crecieron un 24,5% entre 2018 y 2024, es decir, justo después de la firma del CEPA. Lo que más creció en ese período fueron los envíos mineros, seguidos por los productos del mar, forestales y vitivinícolas. Los envíos de frutas han registrado años a la baja, concentrando sus envíos principalmente en uvas.

El director general de ProChile, Ignacio Fernández, destaca el crecimiento promedio de 10,3% que han tenido los envíos “no cobre y no litio” desde 2021 en adelante, pero reconoce un desafío para lograr mayor penetración. “El principal desafío —y para eso estamos trabajando— sigue siendo aumentar la visibilidad de nuestra oferta y así profundizar la presencia de los productos chilenos en el mercado (...). En

EXPORTACIONES
 El 85% de los envíos chilenos a Asia se concentran en China, Japón y Corea del Sur.

EMBAJADA CHILENA EN INDONESIA